2020

S'engager dans la digitalisation des établissements de formation : kit pédagogique

Evelyne Fossé / Jean Pouly

Digitalise

24/09/2020

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION 2

LES REPRESENTATIONS SUR LA TRANSFORMATION DIGITALE 2

Objectif 2

A vous de jouer ! 2

J'ai choisi … (telle photo) .....car pour moi, la transition digitale ... 4

LA TRANSFORMATION DIGITALE 5

LE POSITIONNEMENT DES ETABLISSEMENTS DE FORMATION EN MATIERE DE DIGITALISATION 5

Objectif 5

Le radar de la digitalisation 6

A vous de jouer 7

« EXPERIENCE UTILISATEUR » ET VISION DE LA TRANSITION NUMERIQUE DE SON ETABLISSEMENT 9

Objectif 9

1 ERE étape : La definition de « personas » numérique 9

2 -ÈME étape : Croisons l'experience numérique de vos « personas » et des moments clefs du parcours de formation. 10

3 EME étape : A vous de jouer 14

4 -ÈME étape : Ecrire sa vision 15

5 -ÈME étape : Diffuser sa vision 15

OPERATIONNALISATION PAR UNE FEUILLE DE ROUTE 16

Objectif 16

A vous de jouer 16

La trame de la feuille de route 17

CONCLUSION 19

INTRODUCTION

Ce dossier a deux objectifs :

- Rendre compte de journée d'inclusion du 24 septembre 2020 devant permettre aux établissements de formation de la région Centre Val de Loire de s'engager dans la transformation numérique de leur établissement
- Donner aux équipes de direction matière à mener un travail « terrain » avec leurs équipes

Ce dossier comprend :

- Un document Word proposant une progression d'activités,
- Des documents de travail (PowerPoint, grilles...)

LES REPRESENTATIONS SUR LA TRANSFORMATION DIGITALE

OBJECTIF

L'objectif de cette séquence est de permettre aux participants d'exprimer leurs représentations sur le thème de la transformation digitale.

Les représentations cognitives guident l'action. Mais l'expression de ces représentations sont difficiles d'accès.

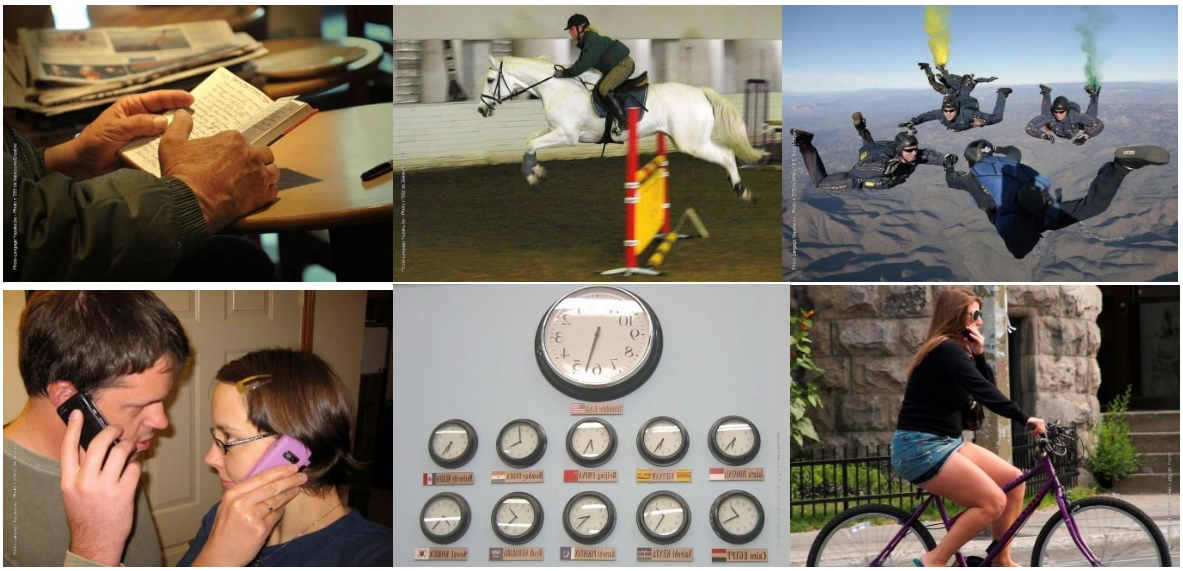
Aussi, une méthode comme le **photolangage**, permet de soutenir la parole par la médiatisation de photos.

A VOUS DE JOUER !

Voici quelques photos qui peuvent vous inspirer sur le thème « Comment voyez-vous la transformation numérique ? ».

Choisissez une photo qui représente le mieux vos pensées puis écrivez ce que cela représente pour vous dans la séquence suivante : j'ai choisi ….

New road layout ahead



J'AI CHOISI … (TELLE PHOTO) ……CAR POUR MOI, LA TRANSITION DIGITALE …

Conseils d'usage

Vous pouvez utiliser ce photolangage auprès des équipes pour vous permettre de mieux percevoir l'état d'esprit des équipes sur ce thème.

LA TRANSFORMATION DIGITALE

Le PowerPoint sur la transformation digitale vous permet d'avoir une représentation large des tendances, des possibles, des points clefs.

Conseils d'usage

N'hésitez pas à partager ces ressources auprès de vos équipes, à le commenter, à y ajouter des spécificités de votre contexte.

LE POSITIONNEMENT DES ETABLISSEMENTS DE FORMATION EN MATIERE DE DIGITALISATION

OBJECTIF

La digitalisation des structures de formation comporte **différents champs tous en interaction** : formation/pédagogie numérique, marketing digital (vu dans un sens large : communication, commercialisation de l'offre …), et organisation. Quand on change une pratique, un outil, ce changement impacte les autres. Exemple : si j'hybride des formations, cela impacte les compétences des formateurs, les processus de conception, de commercialisation des offres ....

Avant de se projeter dans le futur, il est nécessaire d'avoir une bonne représentation/appréciation de là ou en est la structure de formation sur ces différents champs.

L'objectif de cette séquence est de vous permettre d'avoir **une représentation globale et visuelle** de la digitalisation de votre établissement de formation.

Conseil d'usage :

Vous pouvez faire ce radar en équipe de direction, mais vous pouvez également le faire faire à l'ensemble des personnels de votre établissement. Vous aurez ainsi une représentation de « comment chacun voit le positionnement de la structure de formation dans différents domaines ». Vous pourrez ainsi, apprécier/expliciter/faire expliciter les convergences et les différences.

Toujours très utile pour engager une démarche de changement !

LE RADAR DE LA DIGITALISATION

Prenez contact avec la grille jointe : elle est faite de différentes dimensions, items et niveaux.

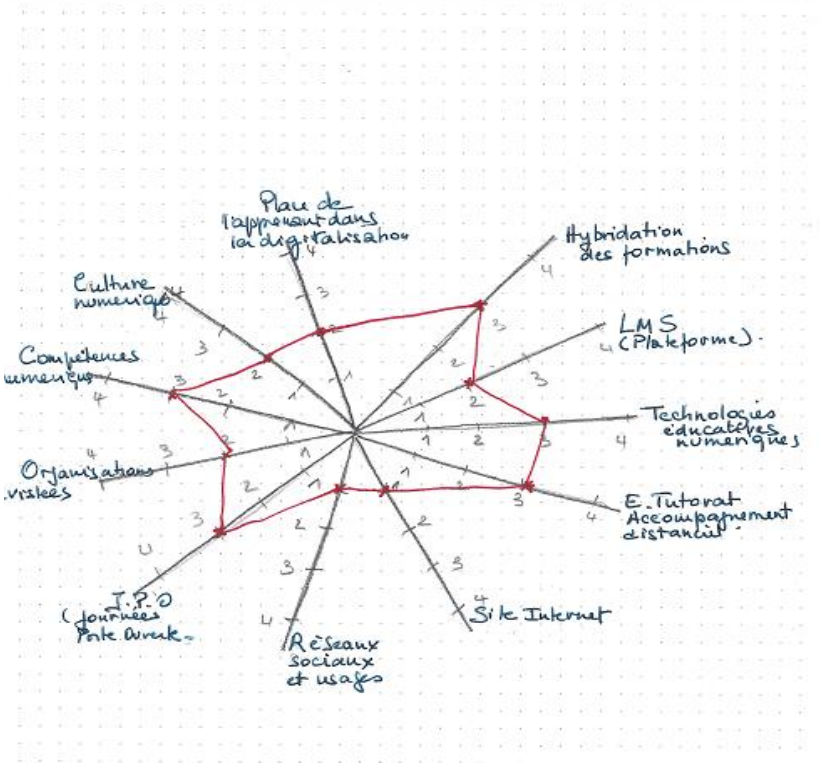
Les dimensions sont :

- Formation/Pédagogie numérique [1]
- Marketing digital
- Processus numériques, Compétences numériques
- Culture

Dans chaque dimension, différents items sont intégrés : LMS, Hybridation des formations ….

Pour chaque item, 4 niveaux vous sont proposés :

- Niveau 1 : une absence de….
- Niveau 2 : des prémisses de ….
- Niveau 3 : une implantation effective de ….
- Niveau 4 : un aboutissement performant de ….



[1] Nous utilisons numérique et digital dans le même sens.

POUR CHAQUE ITEM, VOUS COCHEREZ LE NIVEAU QUI CORRESPOND LE MIEUX A VOTRE SITUATION ACTUELLE

PUIS VOUS RELIEREZ LES DIFFERENTS POINTS POUR AVOIR UN « RADAR » VISUEL DE LA SITUATION DE VOTRE ETABLISSEMENT

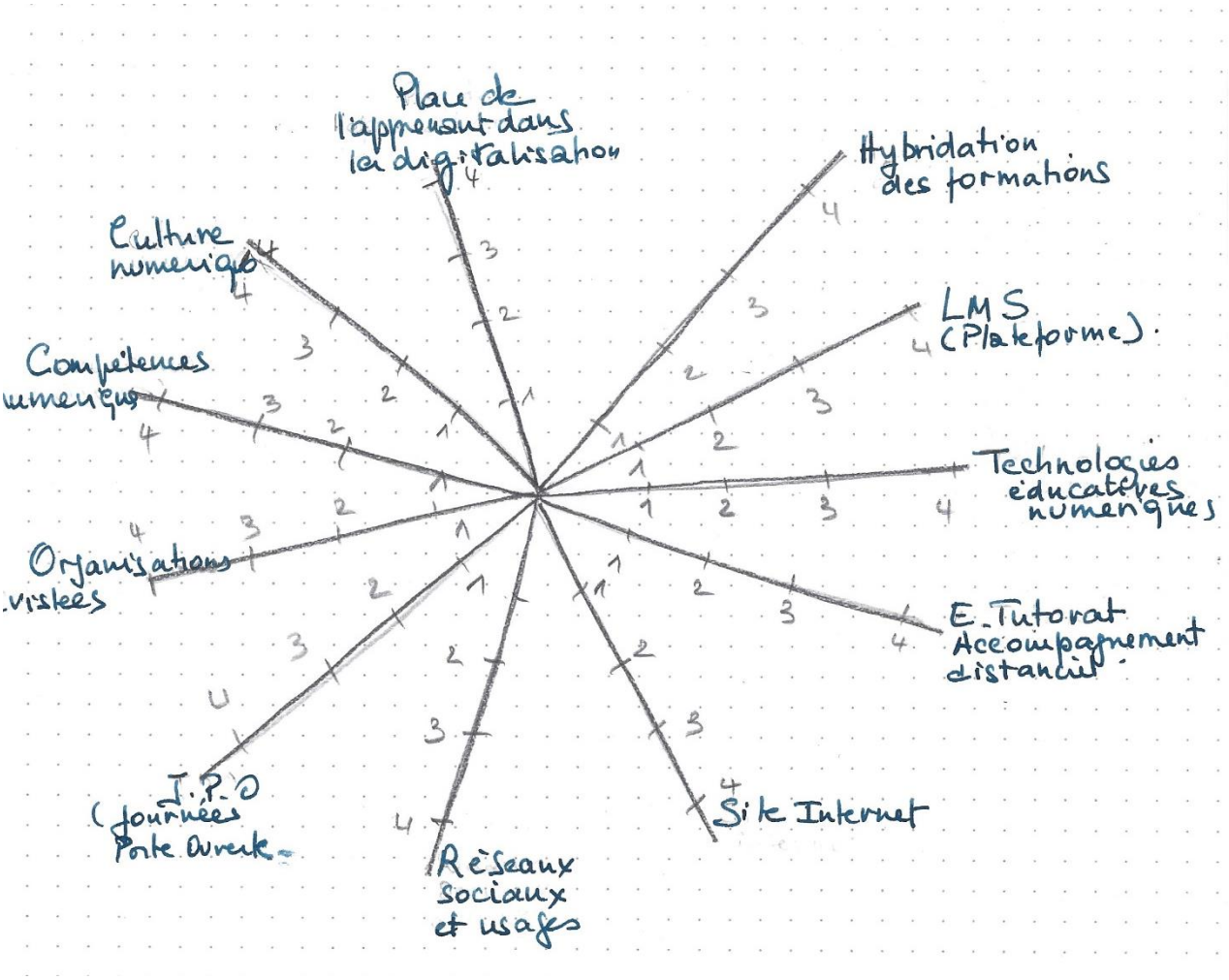
Exemples d'indicateurs pour vous aider à vous positionner

Item : LMS / Niveau : 4
La plateforme de formation (LMS) est utilisée d'une manière optimale et pas uniquement en dépôt de documents. Les fonctionnalités inhérentes à la plateforme sont connues et utilisées par tous. Les formateurs comme les apprenants ont bénéficié de formations spécifiques sur les fondamentaux de l'usage du LMS. Ils sont autonomes sur des opérations de base. Des outils complémentaires (extérieurs à la plateforme) sont utilisés et s'intègrent dans un « écosystème numérique ».
Une charte fonctionnelle des parcours sur LMS (graphisme, polices, mise en exergue...) est définie.

Item : Place des Apprenants dans la digitalisation / Niveau : 4
Les apprenants sont au cœur de la conception des formations digitalisées. Les dispositifs sont centrés en autre, sur « l'expérience utilisateur » des apprenants. Plusieurs modalités de formation leur sont proposées (Hy-Flex, Hybride, présentiel ….). Ils sont responsabilisés quant à leur modalité d'apprentissage. Une charte fixant les règles a été conjointement élaborée.

Item : Réseaux Sociaux / Niveau : 2
Il y a un intérêt de la structure de formation pour utiliser les Réseaux Sociaux. Elle a ouvert un compte institutionnel sur LinkedIn mais ne sait pas trop si c'est le bon réseau par rapport à son secteur d'activité. Les publications sont occasionnelles. Il n'y a pas de Stratégie Social Média pour savoir à qui on communique ? on communique quoi ? a quelles échéances ? et qui s'en occupe ?

A VOUS DE JOUER



Ce radar va vous aider à orienter votre vision en matière numérique et à élaborer des objectifs de changement. Reprenez le dans les activités

« EXPERIENCE UTILISATEUR » ET VISION DE LA TRANSITION NUMERIQUE DE SON ETABLISSEMENT

OBJECTIF

La transformation digitale des établissements de formation, n'est pas uniquement « une histoire de technologies et d'outils ». S'il suffisait d'acheter tel ou tel logiciel ou matériel, la transformation numérique des organisations serait aboutie depuis bien longtemps.

C'est un changement profond, on dit même un « changement de paradigme » et il est impératif, en premier lieu, de définir une vision de ce qu'elle doit être pour une institution éducative, une direction vers laquelle aligner moyens, objectifs, compétences...

On ne rappellera jamais assez que cette digitalisation n'est pas une fin en soi. Cette transition numérique doit permettre de résoudre des difficultés, problèmes « du point de vue des utilisateurs ».

Nous vous proposons dans cette séquence de :

> Clarifier la manière dont vous voyez l'usage du numérique dans votre établissement à 3 ans
> D'en dégager une vision communicante

La séquence suivante vous permettra de précisez les objectifs opérationnels vous permettant d'aller vers cette vision de la transformation numérique.

La 1ère étape consiste à définir l'usage du numérique de « personas » représentatifs de votre structure, puis de vous les représenter utiliser du numérique dans 3 ans. Enfin de préciser votre vision de la transition numérique issue de ce travail.

1ERE ETAPE : LA DEFINITION DE « PERSONAS » NUMERIQUE

Afin de vous aider à construire votre « expérience utilisateur du digital », nous vous proposons de partir de « personas ». Un « persona » représente un « profil » standard d'utilisateurs du numérique dans une institution.

Conseil d'usage

Des « personas » ont été créés pour les I.F.P.S pour exemple. S'ils ne représentent pas les profils de vos structures, prenez un temps pour les ajuster. Ils doivent ressembler « au plus près » à votre réalité.

Sabrina (ESI)	Fabienne (Formateur)	Hoda (Cadre de santé)	Myriam (secrétaire)
Sabrina est une ESI de 19 ans qui a obtenu son bac ST2S et a été admise dans un IFSI proche (50 km) du domicile de ses parents. C'est le métier qu'elle a choisi de faire depuis plusieurs années. Elle a le comportement de toutes les « petites poucettes ».	Fabienne a 35 ans et est formateur depuis 3 ans après avoir été Cadre de santé en service de Médecine. Elle s'est intéressée au numérique par le biais de la bureautique (Word, mail...) à son arrivée à l'IFSI. Elle est intéressée par la pédagogie numérique, voit bien le potentiel en ces moments de crise sanitaire mais ne se sent pas capable d'une manière générale. Elle n'a aucune activité autour de cette question.	Hoda est cadre de santé de Réanimation et est très « branchée » numérique. L'ensemble de son service est très « digitalisé ». Elle regrette que le portfolio des étudiants ne soit pas consultable à distance.	Myriam est secrétaire à l'IFSI depuis plusieurs années. Son poste a largement évolué du fait du logiciel de gestion de la formation, de Parcours Sup....Pour elle, il reste encore beaucoup de chemin à parcourir en matière numérique : la gestion des plannings, des présences…Elle regrette qu'il n'y ait pas une vision intégrée de tous les logiciels

« Vos personas »

Apprenant	Formateur	xxxx	xxxx

2 -ÈME ETAPE : CROISONS L'EXPERIENCE NUMERIQUE DE VOS « PERSONAS » ET DES MOMENTS CLEFS DU PARCOURS DE FORMATION.

Vous vous projetez dans 3 ans, nous sommes en 2023. Vous décrivez ce que ferons vos « personas » en matière d'usage du numérique autour de quelques moments clefs du parcours de formation.

AVEC UN EXEMPLE, C'EST TOUJOURS PLUS CLAIR !

Quand une activité n'est pas pensée en numérique, ne pas la mettre.

	Découverte de la formation, Inscription	Accueil	Planification de la formation	Enseignement, e-tutorat	Evaluation, certification	Stages	Vie scolaire	Communication institutionnelle
Sabrina (ESI)	Elle consulte le site de l'IFSI qu'elle a choisi Elle a participé aux JPO numériques des IFSI. Elle a pu voir des interviews d'étudiants, une visite virtuelle de l'institut, un mot de la directrice(eur) .....en live.....	L'ensemble des documents liés à la formation sont déposé sur son espace numérique privé.						
Fabienne (Formateur)				Fabienne réalise l'hybridation des UE dont elle a la responsabilité. Pour les UE transversales, elle le fait en mode collaboratif a distance. Les modalités d'hybridation sont variées. Elle n'a pas de difficulté à accompagner les étudiants à distance par le biais de la plateforme de formation.				

Hoda (Cadre de santé)						Hoda reçoit une notification de demande de stage en réa avec motivation et objectifs. L'ESI a fourni un lien vers son e-portefolio pour montrer son parcours.		
Myriam (Secrétaire médicale)			Myriam planifie les formations et leurs modalités sur le logiciel consultable par tous les étudiants. Ils y ont accès par le smartphone. Dès qu'un changement de salles, d'intervenants, d'horaires intervient, elle ajuste les ajuste en temps réel les données du logiciel					

3EME ETAPE : A VOUS DE JOUER

Nous sommes en 2023. Vous décrivez ce que ferons vos « personas » d'une manière digitale autour de quelques moments clefs du parcours de formation.

	Découverte de la formation, Inscription	Accueil	Planification de la formation	Enseignement	Evaluation, certification	Stages	Vie scolaire	Communication institutionnelle
Apprenant								
Formateur								
xxxx								
xxxx								

4 -ÈME ETAPE : ECRIRE SA VISION

Vous avez décrit ce que ferons vos « personas » en matière numérique dans 3 ans. Regardez l'ensemble en prenant du recul.

Qu'est ce que cela « dit » de votre vision de la transformation numérique ? Ecrivez quelques lignes dans ce sens.

5 -ÈME ETAPE : DIFFUSER SA VISION

Il est nécessaire, pour une direction, d'avoir une vision claire de la transition numérique que l'on souhaite installée dans son établissement. Mais la puissance de la vision, **c'est quand l'ensemble d'une organisation partage la même conception.** Ce sentiment partagé aide à motiver une organisation pour un changement qui demande des efforts, des renoncements à des habitudes .....

FAIRE UN PITCH

- Faire simple
- Utiliser des métaphores, des analogies adaptées au contexte. Exemple « on veut fabriquer plus de Mercédès que de Fiat » : cette métaphore est très parlante dans certains secteurs industriels.
- Répéter la vision sur différents médias (site, journal, JPO...)
- Donner des exemples
- Expliquer les contradictions

OPERATIONNALISATION PAR UNE FEUILLE DE ROUTE

OBJECTIF

Comme nous l'avons montré, la transition numérique ne s'improvise pas. Les chantiers sont nombreux et vont nécessiter une priorisation en fonction d'objectifs. De la vision à la réussite, le chemin est long. Il suffit d'avoir oublier un ingrédient et le succès de son projet n'est pas au rendez vous.

Le plan d'action est un élément essentiel pour engager un changement, le conduire et l'évaluer.

Les cinq piliers du changement selon Knoster

VISION	COMPÉTENCES	MOTIVATIONS	RESSOURCES	PLAN D'ACTION	→ SUCCÈS
	COMPÉTENCES	MOTIVATIONS	RESSOURCES	PLAN D'ACTION	→ CONFUSION
VISION		MOTIVATIONS	RESSOURCES	PLAN D'ACTION	→ ANXIÉTÉ
VISION	COMPÉTENCES		RESSOURCES	PLAN D'ACTION	→ RÉSISTANCE
VISION	COMPÉTENCES	MOTIVATIONS		PLAN D'ACTION	→ FRUSTRATION
VISION	COMPÉTENCES	MOTIVATIONS	RESSOURCES		→ FAUX DÉPART

A VOUS DE JOUER

Nous vous proposons de construire une feuille de route de la digitalisation de votre établissement en utilisant le fichier Excel joint au dossier.

LA TRAME DE LA FEUILLE DE ROUTE

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1		constats	stratégie à mettre en place	axes de travail envisagés	actions prévues	date de démarrage	date de fin	étapes	leviers	freins	résultats attendus	indicateurs de réussite	livrables	acteurs	pilote	chronologie / priorisation des actions	coût estimé
2	Pédagogie /Formation																
3																	
4																	
5																	
6																	
7	Marketing, Relation Client, Communication																
8																	
9																	
10																	
11																	
12	Organisation, Logistique, Compétences																
13																	
14																	
15																	
16																	

Voir exemple page suivante

C’EST TOUJOURS MIEUX AVEC UN EXEMPLE

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1		constats	stratégie à mettre en	axes de travail	actions prévues	date de	date de	étapes	leviers	freins	résultats attendus	indicateurs de	livrables	acteurs	pilote	chronologie/	coût estimé
2	Relation client	Site internet et page facebook. Peu de trafic. Pas de stratégie social média.	Améliorer la visibilité de l'établissement sur les réseaux sociaux	Développer une page sur instagram et linkedin	Stratégie social média à faire. Personnas à définir. Média Instagram et Linkedin à analyser pour voir les potentiels.	déc-20	juin-21	1 -Analyser le site et la page facebook pour voir ce qui intéresse et fonctionne. 2- définir nos axes de com sur les RS et interation avec site 3 - regarder les outils nécéssaires (vidéos...), les compétences disponibles .....4 faire un planning (rubricage, ...ouvrir des comptes	Engagement dans la digitalisation et la communication Compétences de l'informaticien , référent TICE et documentaliste	Moyens humains et participation des formateurs sur les évènements , organisation interne	Les 4 réseaux de communication fonctionnent, sont mis à jour en fonction du plan, et sont consultés	Nombre de consultations sur les 4 réseaux sociaux	Un plan média semestriel	informaticien, documentaliste, producteurs de contenus (formateurs, étudiants	Informaticien référent TIC	1-axes de com et plan média +++	Gratuit sur l'outil/ temps informaticien, documentaliste et producteurs de contenus

Conseil d’usage

Nous vous conseillons de réaliser cette activité avec le groupe dédié à la digitalisation et comprenant les principaux acteurs, afin d’éviter une approche en « silo ». Cette feuille de route est une base mais n’est pas un objet « fini ». Il demandera surement des ajustements au regard de l’avancée des différents chantiers.

CONCLUSION

Engager une structure de formation dans le changement en s'appuyant sur le digital nécessite un projet clair et compréhensible de tous. La transformation digitale n'est pas une simple digitalisation de quelques actions mais un processus de transformation à 360° qui concerne le cœur de votre activité de formation mais aussi l'organisation de votre structure et ses activités de développement commercial et marketing. En définissant une vision claire et partagée de ce chantier structurant, vous pouvez définir une feuille de route détaillée qui servira de guide et de référence à l'ensemble de vos actions.

Bonne route !